

<<会展营销>>

图书基本信息

书名：<<会展营销>>

13位ISBN编号：9787121043727

10位ISBN编号：7121043726

出版时间：2010-9

出版时间：电子工业

作者：周爱国 编

页数：293

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<会展营销>>

内容概要

会展营销是营销理论在会展业中应用的一门实务型核心课程。

主要内容包括：导论、会展营销环境及项目分析、会议营销、展览营销、会展旅游营销、会展品牌营销、会展整合营销、会展新型营销等。

为方便教学，体现其操作性和实用性，本书融知识、技能、案例、训练于一体，内容丰富，体例新颖，每章均有营销法则、学习导航、学习目标、案例导入、小贴士、小链接、营销战例、案例精读、本章小结、专业术语、复习与思考、案例综合分析和营销实训，以强化理论与实践的结合、学习知识与开发智力的结合、动脑思考与动手操作的结合，真正体现职业技术教育的特色。

本教材总课时为72学时。

可作为会展专业、旅游专业及其他相关专业的教材，也可作为相关从业人员的参考用书和岗位培训用书。

<<会展营销>>

书籍目录

第一章 会展营销导论1.1 会展营销的含义和特征1.1.1 会展营销的含义1.1.2 会展营销的特征1.2 会展营销的产生和发展1.2.1 西方会展营销的起源与发展1.2.2 中国会展营销的产生和发展1.3 会展营销的主体1.3.1 会展组织者1.3.2 会展中心1.3.3 会展参加者1.3.4 观展者1.4 会展营销观念的演变1.4.1 会展营销的基本观念1.4.2 会展营销新观念本章小结专业术语本章练习第2章 会展营销环境及项目分析2.1 会展营销环境要素分析2.1.1 会展营销的外部环境2.1.2 会展营销的内部条件2.2 会展营销调查2.2.1 会展营销调查概述2.2.2 会展营销调查的方法2.3 会展项目分析2.3.1 会展项目生命力及周期分析2.3.2 会展项目经济性分析2.3.3 会展SWOT分析2.3.4 会展项目可行性分析报告本章小结专业术语本章练习第3章 会议营销3.1 会议的内涵3.1.1 会议的定义及类型3.1.2 会议的基本要素3.1.3 会议的选址和预算3.2 会议产品定价3.2.1 会议产品定价目标3.2.2 会议产品定价考虑要素3.2.3 会议产品的收费与定价技巧3.3 会议产品销售渠道和促销策略3.3.1 会议产品的销售渠道3.3.2 会议宣传资料的设计与制作3.3.3 会议促销的主要手段本章小结专业术语本章练习第4章 展览营销第5章 会展旅游营销第6章 会展品牌营销第7章 会展整合营销第8章 新型会展营销附录A 构建中等职业学校会展专业核心课程体系参考文献

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>